

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS

Emprendedurismo dentro del ámbito universitario
Resultados obtenidos en una investigación hecha a 50
estudiantes de educación superior emprendedores-
empresarios que desarrollan sus ideas dentro del campus
universitario.

Cándida R. Cabello Díaz¹

RESUMEN:

El emprendedurismo es sin duda alguna, uno de los temas más apasionantes que ocupa el quehacer de muchas personas, la mayoría vinculada al entorno universitario. Las razones son múltiples, pero nuestra intención en esta ponencia no es disertar sobre las mismas. El objetivo es mostrar cuales son las manifestaciones emprendedoras que se están dando dentro del ámbito universitario por uno de los miembros más importantes de esa comunidad como lo es el sector estudiantil. Muchos jóvenes están poniendo en práctica ideas que probablemente antes no consideraban, algunos no lo hicieron porque sencillamente no existía la necesidad de mostrar su capacidad emprendedora, o bien por otras tantas que no es oportuno desarrollar. ¿Que ha cambiado? El mundo globalmente hablando ha cambiado, Manuel Castells menciona en su obra *La Era de la Información*, en su primer volumen, los grandes hechos que marcaron la fractura de lo que era y de lo que será la vida a nivel mundial. Ocurrieron hechos a finales de siglo XX que sentaron las bases para la nueva era, conocida por muchos como la Era Digital, de la Información o del Conocimiento. Dentro del ámbito académico se habla del deterioro de las carreras profesionales, se comenta que las carreras

¹ Escuela de Administración. Núcleo Sucre. Universidad de Oriente. Cumaná, Venezuela.

tradicionales estaban centradas en pensar de estudios anacrónicos, que anteriormente eran vistas como el modelo del empleo deseable y seguro. Se habla que la educación está concebida para formar empleados y no generadores de empleo. Todo esto y más hacen ver que sí han ocurrido grandes cambios y que éstos han marcado la vida de los estudiantes universitarios. El emprendedurismo hace su aparición con ímpetu y se apodera del recinto antes reservado a la academia. Este trabajo muestra los resultados hallados en una investigación hecha a 50 jóvenes estudiantes universitarios emprendedores – empresarios y que demuestran que existe el espíritu emprendedor y que éste se ve fortalecido cuando se tienen sólidos conocimientos profesionales, gerenciales y administrativos.

Palabras clave: emprendedurismo, emprendedor, proceso emprendedor, desarrollo emprendedor, empresario, emprendedor universitario

ABSTRACT

ENTREPRENEURSHIP WITHIN THE COLLEGE CAMPUS

The purpose of this presentation is to expose the results obtained in a study involving 50 higher education entrepreneurial students, entrepreneurs at work within the university campus.

Prof. Cándida R. Cabello Díaz
School of Business Administration. Sucre Campus. Universidad de Oriente. Cumaná, Venezuela.

Entrepreneurship is, undoubtedly, a captivating activity for a large number of people, many of them actively involved in university life for multiple reasons. Our intention though, is not to ponder upon the motives behind the venturing spirit, but rather to show the manifestations of this enterprising endeavor within the university environment by one of the most important members of

the college community, the student body. Many young people are now putting into practice ideas they formerly thought little of. Some of them did not simply because they had no need to engage in any business venture or for reasons not worth mentioning now. What has changed? Broadly speaking, the world has evolved. In the first volume of his book, *The Information Age*, Manuel Castells mentions the major breakthroughs that broke away from former ways and show what life will be like in the future. Deeds at the turn of the last century paved the way for what is known as the digital or the information age, the era of awareness. This plethora of knowledge has infringed upon traditional academia. Talk about career decadence is rampant in university corridors, signaling to traditional career pursuits focused on anachronistic curricula, formerly deemed imperative to secure a good and stable job. Traditional learning is being indicted as a process to forge employees instead of employment providers or entrepreneurs. This indictment underscores the great changes that have ensued and gravitated upon students' outlook on their professional endeavor. Thus, entrepreneurship has brazenly appeared and taken over the inner sanctum previously reserved for academia. This paper shows the results of a survey involving 50 enterprising college students who constitute a vivid expression of the entrepreneurial spirit, concurrently strengthened by solid professional, managerial, and administrative expertise.

Key words: Entrepreneurship, entrepreneur, enterprising process, enterprising development, business venture, college entrepreneur

INTRODUCCIÓN

Para emprender este trabajo es necesario conceptualizar las palabras claves que se van a utilizar a todo lo largo de la disertación. El emprendedurismo, a pesar de que existe desde hace largo tiempo, como objeto de estudio y de investigación se le considera

como un "paradigma joven sin fundamento teórico sustancial"¹, otros lo consideran preparadigmático² por cuanto a pesar de tener larga data, los estudiosos del tema no tienen claridad aún sobre las principales categorías y conceptos que se deben manejar para que adquieran una validez común.

Para no entrar en polémicas, nos permitimos aceptar el concepto que maneja el Centro de Emprendedurismo de la Universidad de Miami en Ohio³, como "el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre".

Por otro lado, se define emprendedor como "aquel que germina ideas y las pone a crecer para después salir a sembrar de nuevo con su creatividad e ingenio. Y las mejores ideas son aquellas que después vuelan solas sin que su inventor tenga que conducirlas toda la vida"⁴. Por su parte, Comeche⁵ explica que "el emprendedor es visto como aquel que percibe una oportunidad y que crea una organización para conseguir dicha oportunidad". En este contexto, se puede afirmar que perseguir una oportunidad creando una nueva organización está implícito en el acto emprendedor.

El otro concepto que debemos plantear y que parte del acto de emprender es precisamente como iniciar el proceso de

¹ Bygrave y Hofer. 1991, pág. 13. Citado por José Manuel Comeche Martínez. *Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo*, Capítulo 67, Universidad de Valencia, España, 2004, pág. 1055.

² Ana María Rusque. *Reflexiones en torno a un programa emprendedor para las universidades latinoamericanas*, Volumen 4, N° 1 (Nueva Serie), Caracas, Revista Anales de la Universidad Metropolitana, 2004, pág. 243.

³ universidad de Colorado.com s/f

⁴ Luis Miguel Soto Laguerre. *Los mandamientos de un Emprendedor en busca del éxito*, http://incubadora.intctel.net/articulo_001.htm

⁵ J. M. Comeche Martínez. *Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo*, Capítulo 67, Universidad de Valencia, España, 2004, pág. 1058.

emprendimiento que según Kantis⁶, implica todas las funciones, tareas y actividades asociadas a la percepción de oportunidades y a la creación de organizaciones para perseguirlas.

Visto así, el emprendedurismo es el arte de poder hacer realidad un sueño, el emprendedor es el individuo que lo logra a través del proceso mismo de emprender, para sobre la marcha, ir desarrollándose como el visionario que quiso y pudo poner en marcha sus ideas.

Ahora bien, al momento determinado de emprender la creación de su empresa, da un paso adelante y empieza a convertirse en empresario, pero sin dejar a un lado su característica de emprendedor. Ripollés⁷ refiere en su obra, que el término empresario ha ido evolucionando hasta llegar a asociarse en la literatura especializada con el progreso económico y social de una comunidad, destacando que aunque esto es así, se le ha prestado muy poca atención en el marco de la teoría económica. Es precisamente a partir de ella, que Comeche⁸ define al empresario como "la persona que emprende un negocio o la que ha creado una empresa en marcha de la nada", y al hablar de creación de empresas se asocia con el empresario que vislumbra una oportunidad, que anteriormente se decía era de lucro y que hoy se nombra como una oportunidad de actuar con responsabilidad moral y social.

Así llegamos al término emprendedor universitario, definiéndolo como el ser humano con estudios superiores que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento y que está motivado para iniciar y desarrollar sus sueños, de una manera innovadora, asertiva y proactiva en los diferentes escenarios o sectores

⁶ H. Kantis; M. Ishida y M. Komori. *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*, Nueva York, Banco Interamericano de Desarrollo, 2002, págs. 101 - 106.

⁷ M. Ripollés. *Una propuesta de definición de entrepreneur*, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Volumen 3, número 3, España, 1995, págs. 127 - 136.

⁸ J. M. Comeche M. Ob. Cit. pág. 1055.

económicos o sociales donde le toque gestionar, con las apropiadas competencias que lo hacen un individuo especial, destinado por sus propias características a ser eficiente y sobresalir de los demás, llevándolo a producir impactos en la rama productiva que le seduzca gerencial.

El término emprender se remonta a la época de la antigüedad y desde hace mucho tiempo ha sido utilizado en las Ciencias Sociales. Proviene de las palabras latinas "in" y "prenderé". Luego los franceses la comenzaron a utilizar como "entrepreneur" y posteriormente los ingleses la acuñaron como "entrepreneurship" que se refiere a los comportamientos y habilidades (competencias) que requieren los emprendedores con potencial de éxito.

Entrepreneur ha recibido diferentes tratamientos en la literatura económica. Los clásicos utilizaban en su lugar las palabras undertaker y adventurer, posteriormente el término empezó a utilizarse a finales del siglo XVI y se dice que lo popularizó el jefe de una expedición militar. Más adelante, en el siglo XVIII, se le asocia con el contratista de obras públicas que actúa como intermediario del gobierno e incluso para designar a los arquitectos de la época⁹. En épocas más recientes, autores contemporáneos como Cuervo¹⁰, la utilizan para identificar al empresario que actúa solo y distinguirlo del corporativo. A éste lo denomina enterpriser.

En síntesis, el término entrepreneur se utiliza para designar al empresario y su derivado entrepreneurship se utiliza en un sentido más amplio para referirse tanto al empresario, como a la función empresarial y a la creación de empresas.

Los objetivos planteados en esta investigación son los siguientes:

⁹ J. González. Curso de economía, Madrid: Debate y Ministerio de Obras Públicas, 1995, pág. 27.

¹⁰ A. Cuervo. Introducción a la Administración de Empresas, Madrid: Civitas, 2001, pág. 105.

- Demostrar la existencia de emprendedores dentro de la Universidad de Oriente
- Determinar que motivaciones impulsan a estos jóvenes a llevar a cabo sus manifestaciones empresariales
- Mostrar que situación o hecho los llevó a concretar sus ideas
- Presentar los resultados obtenidos

CONTEXTO GLOBAL:

El emprendedurismo junto con la creación de fuentes de empleo, se han convertido en temas obligados de discusión como fenómenos mundiales, producto de la crisis laboral que se vive y que afecta particularmente a nuestros países.

En los países latinoamericanos, los problemas actuales en el mercado laboral son producto de los cambios y situaciones que han ido arrojando resultados, que se han ido a su vez acumulando provocando la crisis actual. En las últimas tres décadas se han suscitados cambios demográficos, vaivenes políticos, transformaciones tecnológicas, crisis financieras que a su vez han provocado quiebras a nivel personal y empresarial, cambios en la inserción a la economía mundial, entre otros. Todo esto ha traído como consecuencia graves problemas en el campo de trabajo. Es hora que surjan nuevas alternativas y entre ellas se habla del emprendedurismo con el emprendedor capaz de generar fuentes de empleo.

Esto se ha convertido en una "realidad socio-económica de una magnitud relevante en la cultura occidental, sin marginar el notable impacto que posee sobre las cifras de generación de empleo en sociedades maduras como las europeas"¹¹.

Se trata entonces de situar el emprendedurismo en nuestra discusión actual y promover debates que propendan a construir, sustentar y defender una vía propia de acceso a la supervivencia

¹¹ D. Ribeiro. *Modeling the enterprising character of European firms*, European Business Review, Volume 15, núm. 1, 2003, pags. 29-37.

de nuestra sociedad, fundamentada en nuestros jóvenes en primer lugar para luego hacernos competitivos en segundo lugar.

CONTEXTO NACIONAL

En Venezuela, el Instituto de Estudios Superiores en Administración (IESA), a través de su Centro de Emprendedores del IESA, llevó a cabo una encuesta que recogió información de 2000 personas ubicadas en diversas regiones del país, donde se consideró una clasificación de los emprendedores encuestados de acuerdo a la motivación que los impulsó a poner en práctica sus ideas y los llevó a montar sus propios negocios.

El universo estadístico estuvo formado por adultos de ambos sexos, mayores de edad, distribuidos en ocho regiones del país y la recolección de la información se hizo a través de entrevistas cara a cara con un muestreo aleatorio estratificado, con un nivel de confianza del 95% y un error muestral que osciló en un 2,19%.

Este estudio formó parte de una iniciativa mundial que realiza el Observador Global de la Iniciativa Empresarial (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), dirigida por Babson Collage y London Business School, llevada a cabo en el año 2005 y que abarca un total de 36 países y a más de 200 investigadores de reconocidas universidades e instituciones, entre ellas el IESA en Venezuela.

Los resultados del estudio nacional fueron presentados en marzo de 2006 en Caracas y arrojaron cifras significativas que provocaron que la GEM informara que Venezuela ocupa el primer lugar a nivel mundial de actividad emprendedora a edad temprana, donde se destaca que el 25% de los encuestados crearon o están por crear sus propias empresas. El 2º lugar lo ocupó Tailandia, el 3º Nueva Zelanda y en 4º se ubicó Jamaica con 20,7%, 17,6% y 17% respectivamente.

En cuanto a la motivación que originó esta situación, los entrevistados opinaron que lo hacían por "necesidad" y que los negocios más solicitados eran las ventas de alimentos y víveres, seguido por restaurantes, comercio de textiles y artículos para el

hogar, como también la actividad boom del momento relacionada con las telecomunicaciones e Internet.

El objetivo de la GEM¹², es evaluar el proceso y la evolución de la creación de nuevas empresas en un amplio rango de naciones teniendo como norte "fomentar el espíritu y la actividad emprendedora, a través de la formación de individuos capaces de transformar ideas en empresas sustentables e innovadoras".

CONTEXTO LOCAL

En Venezuela existen 56 universidades entre públicas y privadas, dentro de las primeras se encuentra la Universidad de Oriente, diferenciada de las otras por su particularidad en su estructura organizacional. Está situada geográficamente en los cinco estados orientales y tiene un área de influencia que abarca el nor-este-sur del país. En cada estado funciona un Núcleo descentralizado pero que depende matricialmente de un Rectorado que se encuentra ubicado en el estado Sucre. Cada Núcleo está diseñado para satisfacer la demanda estudiantil de acuerdo a las características propias de la zona con carreras que satisfagan las necesidades locales.

Particularmente, el Núcleo Sucre donde se llevó a cabo esta investigación se caracteriza por ser una zona costera, por lo que se imparten carreras afines a esta cualidad como Biología Marina y existe un Instituto de investigaciones Marinas conocido como Instituto Oceanográfico. En otros Núcleos (Anzoátegui, Monagas), se da Ingeniería Petróleo por su cercanía con los yacimientos petroleros y Agronomía por su condición de estados agrícolas; en el Núcleo Bolívar se imparte Ingeniería Minas y Geología por la presencia en esa zona del sur del país de ricos yacimientos mineros, y en Nueva Esparta se da Turismo y Administración Hotelera por sus características propias de isla turística.

En la Universidad de Oriente, siempre ha existido una gran variedad de personas que se dedican a diversos tipos de negocios

¹² Diario Región. Artículo Venezuela obtiene primer lugar de actividad emprendedora. Cumaná, 17/04/2006. pág. 3.

pero en los últimos tiempos, se ha desatado una "epidemia" de jóvenes emprendedores que se están dando a la tarea de abrir y emprender sus propios negocios y al ser consultados manifiestan que su afán es en primer lugar, demostrar que sí pueden llevar adelante un negocio; en segundo lugar, ver sus productos exhibidos y en tercer lugar, poner en marcha su proyecto, su idea.

Esta situación fue el motor impulsor para realizar esta investigación que en esta fase solo mostrará resultados con respecto a lo encontrado y posteriormente, en una segunda fase se ampliará el estudio para profundizar en sus motivaciones y demás situaciones del entorno.

EMPRENDEDURISMO ¿MODA?

Este aspecto tiene que ver con la proliferación de negocios emprendidos por jóvenes en los últimos años, particularmente dentro de la Universidad de Oriente. A nivel mundial se habla mucha al respecto, pero dentro de nuestra Universidad es poca la atención que se ha prestado a este tema.

La pregunta que nos hacemos es si esta tendencia pertenece a una moda o es simplemente el despertar de una manifestación natural de los jóvenes de emprender y echar a volar sus ideas, no como un capricho o vanidad tal como se presentan las modas que responden a tendencias temporales de algo o alguien, por el contrario, el emprendedurismo es algo que siempre ha existido pero que ahora se manifiesta con total ímpetu y que salió de su estado de letargo para quedarse.

METODOLOGÍA

En el siglo pasado, el hombre común comprendió que el método es el mejor camino para transitar y llegar a la ciencia. Entendió que era un proceso producido en el tiempo y que comprendía varias etapas, y que cada una de ellas necesita de la otra para poder culminarlo.

Toda investigación científica requiere que los hechos estudiados, lo obtenido y la nueva producción de conocimiento hallados en relación al objeto de estudio sean mostrados.

El universo de estudio para ésta investigación corresponde a una población finita que comprende a los estudiantes de educación superior de ambos sexos, que dentro del campus de la Universidad de Oriente, Núcleo Sucre, mantienen y operan una empresa. El tamaño de la muestra es de 50 unidades de análisis.

La metodología que se siguió fue ubicar dentro del campus universitario a 50 emprendedores que estuviesen manejando una empresa, y que por la misma naturaleza del negocio se hubiesen convertido en empresarios. Estos 50 estudiantes universitarios fueron escogidos al azar entre todos aquellos que se encontraban repartidos por todo el recinto, sin considerar la escuela a que pertenecían, sin establecer previamente ningún tipo de parámetro solo que cumplieran con la condición de estar cursando materias y tener su propio negocio. Para estudios posteriores se hará una investigación específica para conocer con exactitud el número de estudiantes emprendedores dentro del Núcleo Sucre.

Se trata de un estudio descriptivo donde se busca establecer características personales de un grupo de individuos (unidades investigadas), identificando formas de conducta y actitudes que llevan a establecer comportamientos concretos y por supuesto, descubriendo y determinando las relaciones entre las diversas variables presentes en el estudio. Para la recolección de información se realizaron encuestas de manera directa con preguntas cerradas y otras abiertas donde se le daba la oportunidad de explicar en detalle alguna situación planteada.

Los datos que se muestran en este trabajo representan 50 encuestas compuestas por preguntas tanto cerradas como abiertas, cada una de 41 ítems, que se efectuaron entre los meses de febrero a marzo de 2006. Las diferentes encuestas se llenaron en los mismos sitios de ubicación de las pequeñas empresas o en los lugares donde los emprendedores se mueven por la misma naturaleza de su negocio, específicamente, en el de venta de ropa, cosméticos y accesorios, donde los emprendedores se dirigen a los lugares donde les indiquen sus clientes pero siempre dentro de la Universidad. El instrumento fue elaborado por la Prof. Cándida Cabello quién fungía como coordinadora y un grupo formado por

2 colaboradoras que asistían como ayudantes en la investigación, ambas estudiantes de la Escuela de Administración, cursantes de la materia Ética y Responsabilidad Social.

Todas las encuestas fueron llenadas por el emprendedor pero en presencia de la investigadora, la razón era recoger información de campo que permitiese entender mayormente la forma de interactuar y manejarse de este grupo de individuos. Es así como, aún cuando se presenten los resultados de manera cuantitativa, algunas conclusiones tendrán reflexiones cualitativas por lo que nos encontramos con un diseño de investigación multimétodo con la técnica de la combinación.

Al finalizar cada jornada, el grupo de investigación se reunía y analizaba de manera descriptiva y explicativa lo que se había encontrado. La intención es describir y explicar los puntos comunes -si es posible- resaltando los elementos más significativos encontrados entre los emprendedores.

La investigación se dividió en dos partes: la primera que es esta, servirá para mostrar las competencias comunes entre los emprendedores y una segunda parte, que se piensa desarrollar entre los meses de febrero a mayo de 2007 para profundizar en los hallazgos encontrados en esta primera fase.

RESULTADOS/ANÁLISIS:

Las preguntas formuladas fueron presentadas en la encuesta en bloques más o menos comunes con el propósito de lograr una mejor identificación al momento de tabularlas. Así mismo, los datos fueron organizados en matrices producto de los bloques presentados en el instrumento con el fin de facilitar el análisis correspondiente.

Es así como encontramos una primera parte que contiene todos los datos de identificación del emprendedor, aquí se consulta nombre, edad, estado civil, sexo, nivel de carrera, nivel socio-económico, de quién recibió modelaje, valores religiosos -si los tiene-, haciendo énfasis en el contexto familiar que rodea al emprendedor y que ayudaron en su formación.

En un segundo bloque agrupamos las preguntas relacionadas con sus inicios como emprendedor, tales como: época de iniciación, edad cuando se inició, situación especial que lo marcó, motivos que lo impulsaron a tomar la decisión.

Un tercer bloque que contiene todo lo referente a la empresa como: nombre del negocio, tiempo de funcionamiento, actividad económica.

Y un cuarto grupo relacionado a la formación académica que posee el emprendedor y su visión del emprendedurismo. Así como las competencias que posee y que lo hacen un ser que se destaca del resto.

Resultados obtenidos:

En el primer bloque encontramos que el promedio de edad de los emprendedores gira alrededor de 21 a 25 años en un 74%; un 16% que tiene entre 26 y 30 años; un 8% que oscila entre los 16 y 20 años y un 2% que tiene entre 31 y 35 años. En cuanto al sexo, un 76% es de género femenino y el 24% restante es masculino.

Del total de encuestados, 64% son solteros, 32% tiene pareja, 10% manifiestan estar casados y solo un 4% se ha divorciado.

En cuanto a la carrera que cursan, 40% estudia Administración, 28% esta en Gerencia de Recursos Humanos, 16% cursa Contaduría, 10% estudia Trabajo Social, 4% cursa Biología y un 2% está cursando Matemáticas.

Sobre el semestre que cursan se obtuvieron los siguientes resultados: 24% esta en Séptimo semestre de carrera, 16% está en sexto semestre, 14% en Quinto, 12% el Décimo, 10% el Octavo y el Noveno, 5% cursa Tercer y Cuarto semestre respectivamente y 2% están tanto en primer y Segundo semestre de carrera.

En relación al nivel socio-económico los resultados fueron: 70% manifestaron ser de clase media, 16% de clase baja y un 14% restante de clase alta.

En cuanto a su situación familiar encontramos que: 50% vive con sus padres, donde 96% tiene a su madre viva y un 90% dice que su padre vive. La diferencia se encuentra en que fallecieron

en un 4% y 10% respectivamente. 26% vive solo en una residencia y el 24% restante reside en casa de su pareja.

En el segundo bloque referido a los inicios de su etapa emprendedora, encontramos lo siguiente: 76% se iniciaron en su época reciente de universitarios y el resto compuesto por un 24% lo hizo en bachillerato. 54% manifiesta que su edad para empezar fue entre los 21 a los 25 años, otro 28% lo hizo a una edad que oscila entre los 26 a los 30 años, 16% entre los 16 a los 20 años y 2% restante lo hizo entre los 12 y 15 años.

Cuando se le preguntó sobre alguna situación especial que lo haya marcado respondieron: 50% dijo que la situación política del país lo impulsó, 36% respondió que los altos índices de desempleo, 8% optó por muerte de un progenitor, 4% dijo que la entrada a la universidad lo marcó y el 2% que falta respondió que el deterioro de las carreras universitarias para dar la respuesta de seguridad que se esperaba.

En la pregunta N° 13 se quiso empezar a hacer una aproximación del conocimiento propio que tienen estas personas. por ello se le preguntó: ¿Se considera un emprendedor? Y el 100% respondió enfáticamente que sí. Más adelante, en el bloque cuarto se retomó esta pregunta.

4% de los encuestados buscaron empleo antes de iniciar su negocio y el 96% restante no lo hizo. Ante esta situación se le preguntó. ¿Por qué no buscó un empleo remunerado como empleado? Y respondieron: 48% me gusta tomar mis propias decisiones, 32% dijo "mi idea es buena y yo puedo con ella", 10% respondió "no me gusta tener jefe y el otro 10% manifestó que no le gusta cumplir horarios rígidos".

Ante la pregunta ¿Este es su primer proyecto? Respondieron 56% si y 44% dijo que no. En su primer proyecto 16% argumenta que no tuvo éxito por su falta de dinero, 10% adujo a la falta de tiempo para dedicárselo, otro 10% a la inmadurez y el 8% a la inexperiencia. De las 22 personas, es decir, del 44% que manifestó que no era su primer proyecto, el 100% dijo que solo 1 proyecto había iniciado anteriormente.

Para conocer su entorno y poder argumentar el origen de su emprendedurismo, le preguntamos: ¿Recibió modelaje de alguien? 100% respondió que sí. 44% dijo que de su mamá, 30% de su papá, 14% de otras personas como profesores de la universidad, 6% de parientes cercanos y el otro 6% de amigos.

En cuanto a qué lo impulsó a poner en marcha su empresa, los resultados fueron: 36% "demostrar que yo sí puedo", 28% "ver mis productos exhibidos", 24% "necesidad de poner en práctica mis ideas", 4% "deseos de ayudar a mi familia", otro 4% con "ganas de ganar dinero" y el 4% que falta "deseos de superación".

Por otro lado nos pareció interesante investigar sobre sus creencias religiosas, por ello le preguntamos ¿Considera usted que tener creencias religiosas es importante para obtener éxito? 52% contestó que sí y 48% que no. Al grupo que sí cree que es importante, se le preguntó ¿Sus valores religiosos influyeron en su deseo de emprender un negocio? 80% dijo que no y el restante 20% dijo que sí. En este ítem, comentaron que "mis convicciones religiosas no afectaron para nada mis deseos de emprender mi negocio".

En este contexto se le preguntó ¿Cómo te identificas como trabajador? 100% sin vacilar se identificó como un trabajador independiente, rechazando el término trabajador informal. En base a esto se le preguntó ¿Esta su empresa registrada? Y 56% lo está y el 44% está en trámites para legalizar su negocio, aunque manifestaron los que trabajan en el rubro de comercialización de productos (27% de las 22 que no están legalizadas) que para ellos no era necesario a corto plazo, aunque si seguían creciendo lo tendrían que hacer.

Luego se le preguntó sobre su experiencia empresarial. 56% manifestó sentirse muy bien, 36% bien y el restante 8% dijo que regular. Ante esta última respuesta se le preguntó el porqué y expresaron 50% de ellos que "eché a perder un buen negocio", 25% dijo que fracasó y el otro 25% manifestó que él no cumplió con lo que se esperaba.

Para el tercer bloque se plantearon interrogantes en relación a la identificación de la empresa. Por ejemplo su nombre y nos

encontramos que el 100% tiene un nombre para su empresa, los cuales se presentan relacionados con sus nombres propios o giran alrededor de la actividad económica a que se dedican.

En cuanto al tiempo que lleva funcionando la empresa: 30% dijo que lleva de 3 a 4 años funcionando, otro 30% manifestó que tiene de 1 a 2 años, 20% de 2 a 3 años, 10% de 4 a 5 años y el 10% que falta dijo que de 6 meses a 1 año que inició su empresa.

En el renglón de cómo clasifica a su empresa por su actividad económica, 48% dijo que industrial, 32% de servicio y 20% comercial. Sin embargo, es interesante el comentario adicional que proporcionaron. Todos estuvieron de acuerdo en un 100% que sus negocios eran manejados como una empresa única, múltiple donde el producto se fabrica —donde lo hacen—, se comercializa o distribuye y se le presta un servicio integral al cliente, incluso dicen que personalizado. Por lo que la empresa deja su carácter definido como comercial, servicio o industrial para convertirse en una empresa integral, funcional y de atención Premium.

La actividad económica a la que se dedican es: Transcripción y Fotocopias de Documentos y Servicios Telefónicos con un 12% cada una; 10% Venta de Accesorios para Damas y Caballeros; 8% en Peluquería, Asesorías Administrativas y Contables y Fabricación y Venta de Confitería; con un 6% encontramos a un Spa de Uñas Acrílicas; con 4% tenemos Cyber, Creación y Venta de Calzados, Confección de Ropa, Fabricación de Joyas de Bisutería, Carritos de Desayunos, Diseño y Venta de Artesanía y Bordados de Fanelas y Gorras; y con un 2% encontramos a una Distribuidora de Productos de Belleza, una Cooperativa de Taxis, Servicio de Manicure y Pedicure a domicilio y Elaboración y Venta de Cachapas.

En el cuarto bloque agrupamos la información referente a formación académica, visión de emprendedurismo y competencias deseables o que se poseen. A la interrogante sobre si habían recibido algún tipo de curso para emprender su negocio respondieron el 100% que no. En razón de esto se les preguntó si habían recibido algún curso que los haya apoyado en su labor y respon-

dieron 70% que no y 30% que sí. En este caso percibieron que los cursos eran de apoyo pero para reforzar sus conocimientos en el manejo del negocio.

En relación a los cursos recibidos 50% (25 personas) manifestó haber cursado el Saint Contable, un 44% (22) ha hecho el Saint Administrativo, el 40% (20) ha tomado cursos de internet avanzado y un 30% (15) ha cursado computación avanzada.

En este punto, volvimos a hacer la pregunta ¿es usted un emprendedor? A lo que respondieron nuevamente con un enfático Sí el 100%. ¿Por qué se considera emprendedor? 30% respondió que "puse en marcha mi proyecto"; 10% dijo "me arriesgué", otro 10% argumentó "Tuve miedo pero lo hice, puse mi negocio", 10% más respondió "me hice independiente" y el 5% restante expuso "inicié mi empresa".

A la pregunta ¿Es usted un empresario? Nuevamente todos respondieron que sí, 100% se consideran empresarios. Ante esta situación se puede afirmar que ellos ven y asumen por igual el hecho de ser emprendedores y empresarios confundiendo en uno solo ambos términos. Cabe la reflexión: Siendo emprendedor se puede llegar a ser empresario.

Porqué se considera un empresario. 40% "tengo mi empresa", 30% "me esfuerzo cada día", 26% "tomo mis propias decisiones" y un 24% dijo "arriesgo mi dinero".

Posteriormente se les preguntó ¿Cuáles competencias creía que debía poseer un emprendedor empresario? Para responder esta pregunta se les pidió que marcaran todas las que quisieran desde la que considerasen como 1ª hasta llegar a la última en orden creciente.

Se obtuvo lo siguiente: en 1º lugar compartiendo con un 70% Conocimientos Técnicos y Asumir Riesgos; en 2º con 66% encontramos Soñador y con Iniciativa; 3º lugar con 64%, debe ser Positivo, con Don de Mando, Comprometido y Responsable; en un 4º lugar encontramos con 62% la competencia Asertivo; en 5º lugar, 60% optó por Innovador, Proactivo, que sea Honesto y Trabaje bien en Equipo; el 6º lo ocupa Intuitivo y con Alta

Motivación al Logro con un 56%; en el 7° lugar hallamos con un 50% a Altruista y que sepa Atender al Cliente; en el 8° puesto encontramos la característica Deseos de Superación con un 46%; en 9° esta con 42% Caritativo, y en la posición 10ª se encuentra Enérgico con un 40%.

Es interesante conseguir estas posiciones por cuanto le están dando importancia al hecho de poseer conocimientos sobre como administrar o gerencial una empresa sin dejar de lado el ser soñadores.

Como penúltima pregunta, se les pidió enumerar las competencias que creían ellos poseer y así respondieron: en 1^{er} lugar con 84% Soñador, con Conocimientos Técnicos, Deseos de Superación y que sabían Atender al Público; en un 2° lugar hayamos con 80% que era Honesto, Responsable, que Asumía Riesgos y tenía Alta Motivación al Logro; en 3^{er} lugar se encontró con 76% Trabajo en Equipo; en 4° puesto encontramos a Confianza en Sí Mismo y Altruismo con 70%; en 5° lugar con 60% a las características Asertivo, Positivo, Caritativo, Intuitivo, Proactivo y Comprometido o que Asumía Compromisos; en 6° se encontró Innovador con 50% y en 7° lugar colocaron que poseían Don de Mando, Iniciativa y eran Enérgicos con un 40%.

Para culminar esta última fase de esta etapa se les preguntó ¿Cómo te ves después de graduado dentro de unos años? En la tabulación de las respuestas obtenidas se decidió clasificarlas por sexo para obtener una visión de acuerdo al género en vista que la mayoría de los encuestados fueron damas (76%). Se les pidió responder en base a varias opciones y se obtuvieron las siguientes respuestas: las mujeres, en primer lugar con un 26% dijeron que Dando empleo a muchas Personas, particularmente a su familia, así mismo se veían Exitosas; en segundo lugar con 15% se ubicaron las respuestas "creando nuevos negocios" y "presidiendo una gran Corporación"; en tercer lugar se ubicaron con 8% las opciones "trabajando duro" y "disfrutando de la vida con mi familia"; y finalmente con un 2% encontramos la respuesta "con dinero".

Por su parte, los caballeros respondieron: con un 25% respectivamente "exitoso" y "dando empleo a mucha gente" pero sin especificar que incluían a sus familiares; con 20% se ubicó en segundo lugar la respuesta "disfrutando de los placeres" pero tampoco aquí se especifica que lo hará con su familia; el tercer puesto aparece compartido con 7% "Creando nuevos negocios", "con dinero" y "ayudando a mi familia"; en el cuarto lugar se encuentra con un 5% "trabajando duro" y por último se ubicó en un quinto lugar con 4% "presidiendo una gran corporación".

Por las respuestas obtenidos encontramos marcadas diferencias entre las expectativas que tienen las mujeres con respecto a sus vidas futuras en contraprestación de lo que opinan los caballeros de su futuro.

CONCLUSIONES

- La edad promedio de los emprendedores oscila entre los 21 a 25 años en un 74%. Se evidencia que los emprendedores son muy jóvenes pero no iniciaron sus empresas apenas entraron a la universidad sino más bien después de un corto período, probablemente de adaptación.
- Más del 75% de los emprendedores pertenecen al género femenino. Esto da muestra que la iniciativa femenina y su participación cada día es más activa dentro del quehacer hasta hace poco reservado a los caballeros.
- Un alto porcentaje de los jóvenes son solteros o están separados (68%) y el restante 42% vive con alguien.
- 84% de los emprendedores estudian carreras de conocimientos afines a la gerencia
- 86% de los jóvenes inician sus negocios después de cursar los primeros semestres de su carrera. Se evidencia que los jóvenes pasan un período de adaptación dentro de la universidad para posteriormente iniciar sus negocios.
- Por encima del 75% manifestó pertenecer a la clase media, y la diferencia se situó casi de manera equilibrada entre clase baja y alta. Se trata de una universidad pública tradicional-

mente vinculada a la clase media aunque se le da cabida a todo joven sin importar su estatus social.

- La mitad de los encuestados reside en casa de sus padres, es decir, un 50%. Una cuarta parte vive en residencia y solo un 24% vive en pareja aunque algunos estén casados.
- La mayoría tiene a sus padres vivos en más de un 90%

SEGUNDO BLOQUE:

- 76% manifestaron que se iniciaron como emprendedores en su etapa universitaria. Esto confirma las respuestas que originaron la 1ª conclusión
- La mitad de los jóvenes respondieron que la situación político-social que vive el país lo impulsó a iniciar su empresa y otro porcentaje importante (36%) dijo que los altos índices de desempleo que se manejan lo marcó
- Se reconocen 100% emprendedores
- Un porcentaje pequeño buscó empleo con anterioridad, en cambio la mayoría dio rienda a sus ideas e inició su empresa.
- Instalaron sus negocios porque al 48% les gusta tomar sus propias decisiones y un 32% sostuvo que su idea era buena y podía con ella. Se denota determinación, iniciativa y emprendimiento
- Aproximadamente la mitad de los jóvenes tenía en su haber más de un proyecto pero no más de dos. 56% de los emprendedores habían abierto sus negocios por primera vez. El resto no lo sacó adelante por falta de dinero y tiempo para dedicarse a ello. También aparece el factor inexperiencia e inmadurez como causas del cierre, sin embargo, se denota entusiasmo y un afán de no etiquetarlo como fracaso sino como un tropiezo.
- Todos recibieron modelaje de alguien. Un 44% lo recibió de su mamá y un 30% de su papá, el resto de otras personas cercanas a ellos
- El motivo resaltante para poner en marcha su empresa fue 36% "demostrar que yo sí puedo", 28% "ver mis productos

exhibidos” y 24% “necesidad de poner en práctica mis ideas”. Se puede inferir que estaban motivados por razones personales de emprender su negocio y ver los resultados

- Manifiestan que creen en Dios en un 52%, sin embargo, sostienen que sus creencias religiosas no influyeron en nada en sus deseos de abrir un negocio
- 100% se identificó categóricamente como un trabajador independiente, rechazando el concepto de trabajador informal.
- La mayoría en un 56% tiene su empresa legalizada y el resto está en trámites para lograrlo
- 92% expresó sentirse muy bien y bien con su empresa

TERCER BLOQUE:

- Todos identifican a su empresa por un nombre y la mayoría lo asocia con sus nombres propios o con la actividad económica que explotan
- 90% dijo que tiene más de un año laborando hasta llegar a los 5 años
- A pesar de conocer la clasificación de empresas por la actividad económica que realizan, todos expusieron que su empresa era manejada de manera integral ya que se le presta un servicio completo al cliente desde fabricación hasta asesoría. Es una empresa multifuncional (produce, comercializa y da servicio)
- Las actividades económicas son diversas: Transcripción y Fotocopias de Documentos y Servicios Telefónicos; Venta de Accesorios para Damas y Caballeros; Peluquería; Asesorías Administrativas y Contables; Fabricación y Venta de Confitería; Spa de Uñas Acrílicas; Cyber; Creación y Venta de Calzados; Confección de Ropa; Fabricación de Joyas de Bisutería; Carritos de Desayunos; Diseño y Venta de Artesanía; Bordados de Franelas y Gorras; Distribuidora de Productos de Belleza; Cooperativa de Taxis; Servicio de Manicure y Pedicure a domicilio y Elaboración y Venta de Cachapas.

CUARTO BLOQUE:

- Los jóvenes emprendedores manifestaron en un 100% que no habían recibido ningún tipo de curso de emprendedurismo, aunque 30% recibió cursos de apoyo para reforzar sus conocimientos en áreas específicas de la gestión del negocio
- Los cursos recibidos pertenecen al área administrativa, contable y de computación
- Se consideran emprendedores porque pusieron en marcha sus proyectos
- Se consideran empresarios en un 100% porque unen las ganas de hacer las cosas con el riesgo de emprenderlas. Asumen por igual ser emprendedores y empresarios
- Son empresarios por cuanto 40% tiene su propia empresa, 30% dice que se esfuerza cada día, 26% aduce que toman sus propias decisiones y el 24% restante argumenta que arriesga su dinero. Estas razones conducen a la definición de empresario
- Consideran que las competencias que debe poseer un emprendedor empresario son en este mismo orden: 1° Conocimientos Técnicos; 2° Asumir Riesgos; 3° Soñador; 4° Iniciativa; 5° Positivo; 6° Don de Mando; 7° Comprometido; 8° Responsable; 9° Asertivo; 10° Innovador; 11° Proactivo; 12° Honesto; 13° Trabajo bien en Equipo; 14° Intuitivo; 15° Alta Motivación al Logro; 16° Altruista; 17° Atender al Cliente; 18° Deseos de Superación; 19° Caritativo; 20° Enérgico. Estas posiciones indican que le están dando importancia al hecho de poseer conocimientos sobre como administrar o gerencial una empresa sin dejar de lado el ser soñadores
- Las competencias que ellos creen poseer y en este mismo orden de aparición son: 1° Soñador, 2° Conocimientos Técnicos, 3° Deseos de Superación, 4° Atención al Público, 5° Honesto, 6° Responsable, 7° Asume Riesgos, 8° Alta Motivación al Logro, 9° Trabajo en Equipo, 10° Confianza en Sí Mismo, 11° Altruista, 12° Asertivo, 13° Positivo, 14°

Caritativo, 15° Intuitivo, 16° Proactivo, 17° Comprometido o que Asumía Compromisos, 18° Innovador, 19° Don de Mando, 20° Iniciativa, 21° Enérgico

- De acuerdo al género y considerando que el 76% de los encuestados eran damas se encontró que: el 26% de las damas argumentaron que dentro de unos pocos años se ven dándole empleo a muchas personas, particularmente a su familia e igualmente se visualizan como personas exitosas; en segundo lugar con 15% se veían “creando nuevos negocios” y “presidiendo una gran Corporación” respectivamente; en tercer lugar, se imaginaban con un 8% “trabajando duro” y “disfrutando de la vida con mi familia”; y finalmente con un 2% se veían “con dinero”.

- Por su parte los caballeros respondieron: un 25% para ambos casos se veía “exitoso” y “dando empleo a mucha gente”, pero sin especificar que incluían a sus familiares; con 20% se ubicó en segundo lugar los que se veían “disfrutando de los placeres” pero tampoco aquí se especifica que lo hará con su familia; en el tercer puesto aparece con 7% cada uno “Creando nuevos negocios”, “con dinero” y “ayudando a mi familia”; en el cuarto lugar se vislumbraba con un 5% “trabajando duro” y por último, en el quinto lugar con 4% se veía “presidiendo una gran corporación”.

- Por las respuestas obtenidos encontramos marcadas diferencias entre las expectativas que tienen las mujeres con respecto a sus vidas futuras en contraprestación de lo que opinan los caballeros de su futuro. Las damas emprender para lograr triunfos e involucra a su familia en el proceso. Quiere compartir los éxitos junto y con su familia. El hombre busca el éxito pero aunque está presente la familia, la ubica en un plano diferente.

BIBLIOGRAFÍA

- Bygrave y Hofer. (1991). Citado por José Manuel Comeche Martínez. Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo, Capítulo 67, Universidad de Valencia, España, 2004, pág. 1055.
- Comeche Martínez, J. M. (2004). Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo. Universidad de Valencia, España, pág. 1058
- Cuervo, A. Introducción a la Administración de Empresas, Madrid: Civitas, 2001, pág. 105.
- Diario Región. Artículo Venezuela obtiene primer lugar de actividad emprendedora. Cumaná, 17/04/2006. pág. 3.
- González, J. (1995). Curso de economía, Madrid: Debate y Ministerio de Obras Públicas, pág. 27.
- Kantis, H.; M. Ishida y M. Komori. (2002). Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia, Nueva York, Banco Interamericano de Desarrollo, págs. 101 – 106.
- Ribeiro, D. (2003). Modeling the enterprising character of European firms, European Business Review, Volume 15, núm. 1, pags. 29 -37.
- Ripollés, M. (1995). Una propuesta de definición de entrepreneur, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Volumen 3, número 3, España, págs. 127 – 136.
- Rusque, Ana M. (2004). Reflexiones en torno a un programa emprendedor para las universidades latinoamericanas, Volumen 4, N° 1 (Nueva Serie), Caracas, Revista Anales de la Universidad Metropolitana, pág. 243.
- Soto Laguerre, L. M. Los mandamientos de un Emprendedor en busca del éxito, http://incubadora.intctel.net/articulo_001.htm